

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

School of Design □**Visual Communication Design** □**New Media Program** □**Tugas Akhir Sarjana Desain Komunikasi Visual** □**Semester Genap 2014/2015****PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL****DAPOER ROTI BAKAR****Willsen 1501144723****Kelas: LC32****Abstract**

Competition in the food industry in Indonesia, especially Jakarta is very high. Coupled with the influx of multinational brands that also compete in the shopping center and with a variety of unique food menu as well. With such competition, the restaurants and cafes that are young shall be creative and constantly evolving to remain competitive. The products are sold should not be any less attractive to foreign products. However, despite the emergence of new innovations or modernism, traditionalism must be maintained its uniqueness and it is possible to combine the two so as to create something different from other competitors. Brand also must be in accordance with the surrounding circumstances and adapt but must remain prominent and could divert the attention of people who visit, especially young people. (W).

Keywords: *Cafes, Indonesia, Modernism, Traditionalism*

Abstrak

Persaingan di industri makanan di Indonesia khususnya Jakarta sangat tinggi. Ditambah dengan masuknya brand-brand luar yang masuk untuk ikut bersaing di pusat perbelanjaan dan dengan variasi menu makanan yang unik pula. Dengan adanya persaingan tersebut maka restoran-restoran maupun café-café yang masih muda harus terus kreatif dan terus berkembang untuk bisa tetap bersaing. Produk yang dijual pun tidak boleh kalah menarik dengan produk luar. Namun, walaupun dengan munculnya inovasi-inovasi baru atau modern, tradisionalisme tetap harus dipertahankan keunikannya dan tidak menutup kemungkinan untuk memadukan keduanya sehingga menciptakan sesuatu yang berbeda dari competitor lainnya. Brand juga harus lebih sesuai dengan keadaan disekitar dan beradaptasi tapi harus tetap menonjol dan bisa mengalihkan perhatian orang-orang yang berkunjung khususnya kawula muda. (W).

Kata Kunci: *Café-café, Indonesia, Modern, Tradisionalisme*